

¹Данаева Н., ²Арын Е., ³Дукенбаева А.

¹аға оқытушы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: ndanaeva777@gmail.com,

^{2,3}1-курс магистранттары, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail: aryn.erkezhan@gmail.com

МЕДИАДИЗАЙН: ПРОБЛЕМАЛАРЫ, МҮМКІНДІКТЕРІ, БОЛАШАҒЫ

Бұл мақалада медиадизайн туралы жалпы түсінік беріліп және Қазақстандағы, бүкіл әлемдегі дизайнның шығу тарихы баяндалған. Медиадизайнның міндеттері және принциптері көрсетілген. Сонымен қатар, автор дизайнның мультимедиялық артықшылықтары туралы сөз қозғайды, бұл – медиадизайн үшін ең маңызды мәселелердің бірі. Қазіргі заманғы мультимедиялық технологиялар кез келген қоғамның жаппай мәдениетіне және жаһандану жағдайында және тұтастай әлемдік мәдениетте айтарлықтай әсер етеді. Ақпарат мәдениеттің кез келген кеңістігін өткізеді, мәдениеттің өмір сүру уақытын реттейді, олардың қалыптасуын, трансформациясын және эволюциясын жылдамдатады. Мультимедиялық мәдениет көпшілік алдында сана-сезімін қалыптастырады, адамға әсер етеді, стилі мен өмір салтын өзгертеді, қатынасы, дүниетанымына әсер етеді. Осыған орай, ақпараттық ортаны үйлестіруге және тұтастай мультимедиялық мәдениетті гуманизациялауға қабілетті аудиовизуалды мәдениет саласындағы мамандарды даярлаудың рөлі артып келеді. Тақырыпты жазу барысында баяндау, ақпараттарды салыстыру, талдау, тарихи деректерге сүйену, қорытындылау әдістері негізге алынды. Мақала ақпараттық технологиялар және медиа дизайн саласының байланысы мен маңыздылығын қамтиды.

Түйін сөздер: медиадизайн, дизайн, мультимедиа, ақпараттық технологиялар, компьютер.

¹Danayeva N., ²Aryn Y., ³Dukenbayeva A.

¹senior lecturer, Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty, e-mail: ndanaeva777@gmail.com,

^{2,3}Master's degree, al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: aryn.erkezhan@gmail.com

Media Design: Problems, Advantages, Prospects

This article presents general concepts about media design, a brief history of the origin of design in the world and Kazakhstan. There also presents the tasks, responsibilities and principles of media design. The author also writes about multimedia design priorities, which is important for media design of the periodical press. Modern multimedia technologies have a significant impact on the mass culture of any society, and in the context of globalization and on world culture in general. Information permeates any space of culture, condenses the life time of cultures, accelerates their formation, transformation and evolution. Multimedia culture in the most direct way forms the mass consciousness, affects the person, changing the style and way of life, attitude, world outlook and worldview. In this regard, the role of training specialists in the field of audiovisual culture, which can harmonize the information environment and humanize multimedia culture, in general, is growing. During the writing the topic was based on the methods of presentation, comparison of information, analysis, historical data, synthesis. The article discusses the relevance and communication of information technology and media design.

Key words: media design, design, multimedia, IT, computer.

¹Данаева Н., ²Арын Е., ³Дукенбаева А.

¹старший преподаватель кафедры издательско-редакторского и дизайнерского искусства,
Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: ndanaeva777@gmail.com

^{2,3}магистранты 1-го курса, Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail: aryn.erkezhan@gmail.com

Медиадизайн: проблемы, преимущества, перспективы

В данной статье представлены общие понятия о медиадизайне, краткая история происхождения дизайна в мире и Казахстане; задачи, обязанности и принципы медиадизайна. Также авторы затрагивают вопросы мультимедийных приоритетов дизайна, что немаловажно для медиадизайна периодической печати. Современные мультимедийные технологии оказывают значительное влияние на массовую культуру любого общества, а в условиях глобализации и на мировую культуру в целом. Информация пронизывает любое пространство культуры, уплотняет время жизни культур, ускоряет их формирование, трансформацию и эволюцию. Мультимедийная культура самым непосредственным образом формирует массовое сознание, воздействует на человека, изменяя стиль и образ жизни, мироощущение, миропонимание и мировоззрение. В связи с этим возрастает роль подготовки специалистов в этой области аудиовизуальной культуры, которые смогут гармонизировать информационную среду и гуманизировать мультимедийную культуру в целом. При подготовке материала были использованы методы изложения, сравнения, анализа исторических данных, обобщения. В статье рассматривается актуальность и связь информационных технологий и медиадизайна.

Ключевые слова: медиадизайн, дизайн, мультимедиа, IT, компьютер.

Кіріспе

Әлемнің дамыған елдерінің, соның ішінде Канада, Америка Құрама Штаттары, Корея, Қытай және басқа елдердің көпшілігі қоғамның тұтастай және жекелеген қызмет салаларының ақпараттық дамуына арналған стратегиялар мен интеграцияланған бағдарламаларды әзірледі және жүзеге асырды. Кеңестік дәуір кеңістігіндегі мемлекеттер алыс емес: мысалы, Ресей мен Белоруссияның мемлекеттік ақпараттық саясатының ұзақ мерзімді стратегиялық мақсаты қоғамның барлық топтарын инновациялық даму мақсаттарына қол жеткізу, сондай-ақ бизнесті үйлестіруге біріктіру үшін қабылданады.

Ақпараттық технологиялар ресейлік білім беру саласында кеңінен қолданыла бастады. Бұл тақырып бойынша алғашқы қорытындылар 1996 жылы Мәскеуде өткен екінші халықаралық білім және информатика конгресінде жасалды. Өртүрлі есептерден, жарияланымдардан және ұқсас проблемалар бойынша құжаттардан көрініп тұрғандай, бұл құбылыстар мен процестер біржақты оң баға алған жоқ. Жаңа ақпараттық технологияларды қолданудың айқын артықшылықтарымен қатар, мәдениет пен білім деңгейін төмендететін елеулі кемшіліктер де болды.

Бүгінгі күні ең маңызды проблемалардың бірі – ақпараттың формасы мен мазмұны бойынша ұсынылатын ақпараттың мәдениетінің төмен деңгейі. Э. Тоффлердің айтуынша, жинақталған және жүйеленген идеяларды бір-

бірімен байланыстыратын ұзақ емес, ақпаратқа қысқа модульдік жыпылықтаумен – командалар, теориялар, жаңалықтар туралы жаңалықтарды толығымен толтырамыз (Тоффлер 1999).

Жаңа шығармашылық сериялары жартылай жіктеледі, ішінара ескі тұжырымдамалық санаттарымыздан түсетініне байланысты, сонымен қатар ол біртүрлі, уақытша қызмет еткендіктен ақпараттың төмен деңгейі оның қабылдауына кедергі келтіріп қана қоймай, сондай-ақ ақпараттық тұтынушы, ақпараттық жүйенің пайдаланушысы мәдениет деңгейінің жалпы төмендеуіне алып келеді. Мультимедиялық өнім жасау бүгінгі күні, көбінесе, кәсіби компьютерлік дизайнер емес, техникалық немесе көркемдік білімі бар адам. Бұл мультимедиялық өнім сапасына теріс әсер етеді, өйткені көркемдік-техникалық синтез, тек айналамыздағы әлемді үйлестіруге бағытталған мақсаттар мен міндеттердің құзыретті тұжырымдамасымен біріктірілген, сапалы мультимедиялық өнім жасауға мүмкіндік береді.

Сонымен бірге, И. Розенсон атап өткендей, кәсіби дизайнердің мінсіз ойлауы «суретшінің шығармашылық ойлауы, ғалымның жүйелік ойлауы және өнертапқыштың инновациялық ойлауы» деген ойды біріктіруі керек екендігін ұмытпауымыз керек. Мұндай күрделі және күрделі мультимедиялық ортада жұмыс істеуге қабілетті дизайнерлер, бұл мәселе, әсіресе, өткір, өйткені индустриалды ақпарат дәуірінде адамдардың көпшілігі ақпаратпен жұмыс істеуге,

өңдеу, жіктеу, ұсыну, саралау және жүйелеуге тәуелді. Графикалық, өндірістік немесе экологиялық дизайнды оқытуда қолданылатын дәстүрлі оқыту құралдары мен әдістері айтарлықтай өзгертілуі керек. Ол үшін информатика дизайнері жұмыс істеуі керек. Санкт-Петербург мемлекеттік мәдениет университетінің Ақпараттық технологиялар және медиа дизайн факультетінің қызметкерлері осыған байланысты бағдарлама әзірледі. Vuchan мамандығы синтез шығармашылық және техникалық компоненті негізінде, «Компьютерлік дизайнер» біліктілігі (351418) «дизайн информатика» атты бағдарлама ұсынылған. Информатика конструкторы «біріншіден, жобалық сауаттылықтың функционалды, конструктивті және формальды жағынан кәсіби проблемалардың бүкіл спектрінде дизайнер болуы керек; екіншіден, ол ақпараттық ресурстардың мазмұнды мазмұны үшін жауапкершілікке ие болуы керек ... және, сайып келгенде, салада жеткілікті білімге ие болу керек» (Демус О., 2001).

Негізгі бөлім

Компьютерлік дизайнерлерді оқытуда жылдам шешім қабылдауды қажет ететін алғашқы мәселелердің бірі түпкілікті нәтижені бағалау критерийлерін табу болып табылады. Көптеген зерттеушілер БАҚ жобасын келесі негізгі критерийлерге сәйкес бағалау керек деп айтады:

- мазмұн. Мазмұн сапаның ең маңызды параметрлері болып табылады: өзектілігі, мақсатты аудиторияға нақты назар аудару, сондай-ақ адамгершілік мақсаттарға назар аудару;

- құрылым және навигация. Оңтайлы құрылым және навигация материалды орналастыруға ыңғайлы болуымен және оны қараумен, пайдаланушыға ақпаратпен тиімді жұмыс істеуге ыңғайлылығымен, сондай-ақ алдына қойылған міндеттерді табысты шешуге мүмкіндік береді. Жобаның ыңғайлылығы, жобаның эргономикасы өте маңызды, себебі Джейкоб нильсен: «Веб-басқару ыңғайлылығы» деп атап өткен» (Каррет, 1975).

- интерфейсті жобалау. Интерфейсті дизайн жоғары көркемдік деңгейде, сондай-ақ бейнелеп айтқанда жұмыс мазмұны мен мақсатты аудиторияға сәйкес келуі керек. Мұнда ең маңызды критерий – жобаның тұтастығы және оның бейнесі;

- функционалдылық. Бұқаралық ақпарат құралдарының мақсатты аудиториясы үшін өзекті, заманауи, қызықты етіп шығаратын әртүрлі озық технологияларды қолдану арқылы анықталады;

- интерактивтілік. Интерактивтілік мультимедиялық өнімнің негізгі ерекшеліктері мен артықшылықтарының бірі болып табылады. Интерактивтілік пайдаланушыға ақпаратпен өзара әрекеттесуге мүмкіндік береді: ретін, әдісті, қарқындылықты, күрделіліктің деңгейін, ұзақтығын және т.б. таңдау. Пайдаланушы шығармашылық адам ретінде – режиссер – ақпаратты ағынын бақылауға мүмкіндік береді, осылайша ең қуатты психологиялық және эмоционалды әсерін қалыптастырады;

- жалпы әсер. Бұл жоғарыда аталған барлық факторлардың жиынтығы. Яғни, жалпы әсер, контентті, құрылымды және навигацияны, интерфейсін жобалау мен интерактивтілікті үйлестіретін комбинациядан және жобаны аяқтағаннан кейін тұтынушыға келетін сезімнің үйлесімінен тұрады.

Мультимедиялық жобаларды бағалаудың анық, түсінікті критерийлері білім беру үдерісі үшін қажет, өйткені олар оңтайлы және оптималды емес жобаның арасындағы айырмашылықты объективті түрде анықтауға мүмкіндік береді. Мұндай бағалау жүйелік-тұтастық сипатқа ие болуы керек және компьютерді оқыту дизайнеріне жобаны оңтайландырудың нақты жолдарын табуға мүмкіндік беретін нақты жүйе қалыптастыратын факторларды анықтау арқылы ең объективті болуы керек. Бағалау критерийлерін анықтағаннан кейін мультимедиялық өнімдердің негізгі артықшылықтарын түсіну қажет, олар жоғары сапа стандарттарына жауап беретін жобаны жасау мүмкін емес.

Бұл артықшылықтардың бірі – мәтін, графика, анимация, дыбыс диапазонының үйлесімді тіркесімі арқылы қол жеткізілген көрініс. Бұл жағдайда кескіннің тұтастығына байланысты ақпаратты беру оңтайландырылуы керек:

- уақыт пен мәдениет ерекшелігін анық көрсететін кеңістіктегі құрылымы (қазіргі уақытта бұл постмодернистік постиндустриалды ақпараттық дәуірдің өткен дәуірден ерекшеленетін ерекшелігі, атап айтқанда, бұрынғы өндірістік дәуірден, модернизмнен);

- бүкіл жүйенің тегіс жұмыс істеуі үшін ғана дұрыс ұйымдастырылмай, сонымен қатар мүмкіндігінше пайдаланушыға пайдалы болатындығын көрсететін функциялар бойынша ұйымдастырылғаны абзал;

- пайдаланушы мультимедиялық өнімнің таңбаларын сенімді түрде анықтай алатын мазмұн бойынша да жұмыс жасауы тиіс. Информатика конструкторы өз жобасында қазіргі кезде «көрсерменнің, байқаушыдан жұмыс

жасаушының жұмысына әсер ететін, жұмыс жасаушысына әсер ететін оқырманның» трансформациясы бар екенін еске түсіріп, ескеруі керек, ол «эстетикалық сананың жаңа түрін қалыптастырады». Қазіргі заманғы ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың екінші артықшылығы ақпараттың қол жетімділігі мен ұтқырлығына және оны түрлі көздерден алу мүмкіндігіне байланысты. Пайдаланушы өзінің дербес компьютерінен кетпестен әлемнің барлық нүктелерінен қажет деректерді жинай алады. Бірақ сонымен бірге қажетсіз ақпараттарды жою мәселесі туындайды, бұл жағдайда сөзсіз, бұрмаланған ақпараттарды алу мүмкіндігі арта түседі, себебі Интернет желісіне қатынау іс жүзінде ешқандай қиындық тудырмайды, ешкім шектелмейді және ақпараттың нақтылығы, дұрыстығы тексерілмейді. Бұқаралық ақпарат құралдарының бостандығы, жаһандану үдерістерімен қатар, бұл мәселені одан әрі тереңдетіп, оны одан да маңызды ете түседі. Өйткені, В. Горохов пен Т. Гринберг жазғандай, «теледидар мен Интернет тыңдаушыларды жаһанданудағы ақпарат тақырыптарына үйретеді» (Акхус М., 2007).

Үшінші маңызды артықшылығы – интербелсенділік – ақпарат көзімен тығыз қарым-қатынас жасау мүмкіндігі. Сонымен қатар, интерактивтілік пайдаланушыға қосымша, жүйелі өзара байланысты артықшылықтарды береді:

– пайдаланушы мультимедиа арқылы ақпарат көздерімен виртуалды турлар, тесттер, ойындар арқылы өзара әрекеттесе алады;

– пайдаланушы кез келген білім саласына (тарих, философия, әлеуметтану, психология ...) нақты сұрақ қоя алады және толық жауап ала алады – тірі коммуникация жаңа технологиялар (сөйлесу бөлмелері, форумдар, конференциялар және т.б.) арқасында мүмкін болды.

Пайдаланушы ақпараттың ассимиляциялануын жеңілдетеді, өйткені адамның жүйке жүйесі «компьютерден алынған ақпаратты қабылдауды адамның психологиялық сипаттамаларын жеткілікті деңгейде көрсететін» объектілердің өздерімен емес, олардың ақпараттық кодтарымен өзара әрекеттесу үшін өте жақсы бейімделген (Лангедфелдз А 1997). Оның үстіне, компьютерлік технологияны дамыту арқасында шекара жоғалады (Елинер 2006:100-107). Жаңа ақпараттық технологиялардың арқасында шығармашылық элементтерін, қолданушылармен өзара іс-қимыл процесіне ойындар мен ақпаратты енгізу мүмкіндіктері пайда болды, яғни пайдаланушының тартылу деңгейі мен тереңдеуі

артады. Бұл информатиканың дизайнері үшін үлкен артықшылық, себебі М.С. Каган «суретші үшін оның жұмысы болашақ оқырманмен, көрерменмен, тыңдаушымен диалогтың нысаны болып табылады. Онымен қарым-қатынас жасау, оның құндылықтарына, идеалдарына, суретшінің өзімен жақын досы сияқты өмірлік талпыныстарына енуіне ұмтылу» деп көрсетеді (Горохов 2000: 80-87).

Төртінші артықшылығы өндірістің салыстырмалы түрде төмен құны, ал ең бастысы мультимедиялық өнімдердің басқа көздермен салыстырғанда, мысалы, сол кітаптың көбеюі қаншалықты ерекшелік, қажеттілік деген сұраққа саяды. Бұдан басқа, электрондық тасымалдағыштардың құны жыл сайын төмендейді және оларда сақталатын ақпарат көлемі артады.

Бесінші артықшылығы – бұл ақпаратты сақтаудың беріктігі мен ықшамдылығы. Өйткені, тарих, этнография немесе басқа ғылымдар бойынша кітапхана, энциклопедиялық анықтамалықтар, сөздіктер және басқа да мәліметтер мыңдаған томдар болуы мүмкін, мультимедианы пайдалана отырып, сол ақпаратты оннан астам компакт-дискілерге орналастыруға болады.

Алтыншы, мультимедиялық технологияның артықшылығын, өткенді біріктіріп, оның пайдаланушысымен ақпарат көзіне хабарласу жолдары әр түрлі. Мұндай байланыс дыбыс, ойындар, анимация, тест және т.б. бар қарапайым бейне ретін немесе бейнекарта түрінде жасалуы мүмкін және мұның бәрі белгілі бір ақпаратпен танысу немесе белгілі бір жүйемен танысудың нақты тапсырмаларына, мақсаттары мен мағынасына байланысты жасалуы мүмкін. Компьютер дизайнері дұрыс өңдеген кез келген ақпарат маманнан түсініктеме немесе тест, ойын түрінде көркем, деректі фильм түрінде ұсынылуы мүмкін.

Жоғарыда айтылғандардың барлығы жүйелік және синергетикалық тәсілдердің артықшылықтарын пайдалана отырып, логикалық тәсілмен осы артықшылықтарды біріктіру арқылы информатика дизайнерлерін оқыту әдістемесін құру қажеттілігін растайды. Ақпараттық жүйенің және дизайн жүйесінің өзара әрекеттесуін талдау арқылы ортақ логикалық ойлауды үйрену оқыту барысында қойылған міндеттерді шешуге, оқудың мақсаттарына және мағынасына жетуге мүмкіндік береді. Бұған зерттелетін құбылыстарды сипаттайтын ішкі жүйені қалыптастыратын факторларды және оның даму сатысын, күйін және фазасын анықтайт-

ын мультимедиалық жүйедегі процестерді сипаттайтын сыртқы жүйені қалыптастыратын факторларды анықтау арқылы қол жеткізіледі. Бұл негізінде мультимедиалық мәдениетті оңтайландырады, мазмұны бойынша мазмұнды етеді. Оның ассимиляциясына, кәсіби қызметте ғана емес, күнделікті өмірде де мультимедиа ақпаратының ыңғайлы күйіне қол жеткізуге мүмкіндік береді.

Дизайн тұрғысынан жаңа байланыс құралдарын талдаудың негізгі аспектілерінің бірі, әрине, дәстүрлі құралдарға қатысты бірінші сабақтастық дәрежесін зерттеу болып табылады. Осылайша, біздің мәселе бойынша мынадай мәселелер жаңартылады:

– жаңа медиа мәдениетті жобалау үшін шын мәнінде жаңа қандай дәрежеде?

– революция немесе эволюция?

Аталған сұрақтардың жауаптары біздің жобаларымыздың қазіргі заманғы ерекшеліктерінің жалпы идеясын қалыптастыруға, оның шекараларын мүмкіндігінше анықтауға бағытталған. Мұндай ерекшеліктің критерийлерінің бірі бұқаралық ақпарат құралдарын оның бейнелеу (символдық) немесе симуляциялық сипаты бойынша талдау болуы мүмкін. М. Маклюэнның теориясына сәйкес, байланыс құралдарының бәрін «ыстық» және «суық» деп бөлуге болады (Акхус 2007). Ыстық ақпарат – сезімдердің тек біреуін ақпаратпен «шамадан тыс жүктеу», яғни «жоғары сенімділік» деңгейіне дейін «жылыту». Осылайша, фотосурет жоғары анықтамамен байланыс құралы болып табылады, ал комикстер төмен, өйткені көрерменге визуалды көзқараста деректердің шектеулі көлемі беріледі. Ыстық ақпарат құралдарынан айырмашылығы, суық медиа төмен сенімділікпен хабарламаны қалыптастырады, осылайша хабар алушыны тікелей толтыруы қажет ақпаратты қалдырады. Нәтижесінде суық медиа ыстық ақпарат құралдарына қарағанда әлдеқайда дәрежеде өзара әрекеттесу үшін ашық. Мысалға, семинарға қарағанда фильмге қараған әлдеқайда тиімді.

Электрондық БАҚ құбылысы туралы Маклюэн жазуларында автор әдетте суық коммуникация құралдарын және тұтастай алғанда қоғам дамуының қазіргі кезеңін сипаттау үшін пайдаланатын «мозаика» терминін жиі пайдаланған: «Мозаика корпоративтік немесе ұжымдық имидждің нысаны және терең қатысуды талап етеді» (Горохов 2000). Бұл теледидар кескіні, комикстер және анимациялық фильмдер, газеттердің нысаны, жарнамалық хабарлар, ин-

тернет және басқа сенімді байланыс құралдарымен тығыз байланысты. Жеке ақпаратты дербес бөлімшелермен байланыстыру арқылы кескін қалыптастыруды білдіретін жұмысты ұсынатын мозаика кез келген оқиға немесе феноменнің визуалды бейнесі емес символикалық үлгі ретінде пайда болады.

Кітаптар мен альбомдар, жылтыр журналдар мен клуб плакаттары, сыртқы жарнама және сыйлықты орау – қазіргі заманның өмірлік графикалық дизайнында бізді қоршаған ортамен тығыз байланысты. Жарқын, танымал, жақсы түсірілген суреттер графикалық дизайнерлер мен иллюстраторлардың жұмысы болып табылады. Олардың мамандығы бүгінгі күні ең көп ізденушілердің бірі. Шығармашылық өзін-өзі тану және табысты мансап үшін үлкен мүмкіндіктер ашады. Дарынды графикалық дизайнерлер жиі жеке тәжірибемен айналысатын журналдардың, жарнама агенттіктерінің көркемдік жетекшілері болып табылады.

Дизайнмен айналысатын мамандықтың қызметі өте кең болуы мүмкін. Олар:

- кітаптарды, журналдарды, газеттерді жобалау және орналастыру;
- типография, каллиграфия, қаріптер;
- корпоративтік сәйкестікті дамыту (логотиптер мен брендтерді жасау);
- плакаттар өндірісі;
- жарнамалық және кәдесыйлық басып шығару (буклеттер, брошюралар, күнтізбелер);
- қаптама шешімдерін әзірлеу;
- веб-дизайн;

«Сандық – бұл жаңа норма» және желіде көретін барлық нәрсе «веб-сайттар» емес, сонымен қатар цифрлы заттар, жарияланымдар, қызметтер, қосымшалар және т.б. «Сайт» – бұл тек қана қабық ортасы. «Мен веб-дизайнды әзірлеп жатырмын» деген сөздер «Мен баспа дизайнымен айналысамын» деп айтады, ол, сөзсіз, кітаптан буып-түюге дейін барлығын қамтиды.

Нәтиже

Мәселен, медиа-дизайн түрлі сайттарда және әртүрлі контекстте жариялау үшін цифрлық (желілік) мазмұнның дамуы ретінде анықталуы мүмкін. Тағы да, бұл өте кең анықтама, сондықтан мәтіндерді және кескіндерді бөліп алып қарастыруға болады. Мұнда ең жақын ұқсастық – журнал дизайны. Бұл журнал, өйткені газеттерде орналасуы, әдетте, торға, терминдерге және басылымға қатаң бағынышты. Газет – «жылдам пішім». Тұтыну жылдамдығымен емес, құрылу жылдамдығымен. Газеттерде

(олардың басым көпшілігінде) күшті көрнекі құрамдас бөлігі бар еңбек күші көп.

XXI ғасырда бұқаралық ақпарат құралдары мен интернетті тек бұқаралық ақпарат құралдары ретінде ғана түсінбейміз. БАҚ ортасы – бұл адамның айналасындағы байланыс алаңы. Жаңа БАҚ түрлері қарым-қатынасымызға, қалай өндіретінімізге, қалай тұтынатынымызға және тіпті қазіргі қоғамдағы иерархияға әсер етті.

Қазіргі заманғы медиа-зерттеулер туралы сөз қозғағанда, бұқаралық ақпарат құралдарының қазіргі жағдайының ерекшелігін түсіну керек. Бұл ерекшеліктер үш негізгі фактормен анықталады: сандық кодтау түрі, интеграция және өзара әрекеттесу, заманауи медианың негізгі қырлары.

Сандық кодтау түрі бейне, мәтін және дыбыс мазмұнын техникалық ажырата алмайды. Мұның бәрі компьютер үшін бірдей. Сондықтан XX ғасырда бұқаралық ақпарат құралдарында, яғни әртүрлі медиа тасымалдаушыларды өндеуге арналған әртүрлі техникалық тәсілдер бойынша бүгінгі күні ешқандай проблемалар жоқ.

Сөздің тар мағынасында медиа өте маңызды. Ақпараттық ағым кеңістікті эфир гравитациялық күш ретінде толтырады. Қазіргі заманғы әлемді гравитациясыз елестете алмайтын сияқты, ақпараттық ағындарды тудыратын электр

желілерін елестету мүмкін емес. Жалпы медиадизайн туралы айтқанда, дизайн -ойлау деген ұғымды да естиміз.

Ойталқы немесе қорытынды

Дизайн ойлау деген не? Дизайн ойлау идеясы алдымен 1969 жылы «Жасанды ғылымдар» атты кітабында Герберт Саймоннан жасалды. Кейінірек идеяны Стэнфорд университетінің ғалымдары жасаған және дизайн ойлау идеясын қолдайтын Стэнфорд дизайн институты немесе мектебін құрған. Дизайн ойлау тұжырымдамасы түрлі жолдармен түсіндіріледі. Бірақ бұл құбылыс өзара әрекеттесу жобалау қорында ең қысқаша сипатталған. Онда ол бірнеше процедура ретінде анықталады, оның барысында біз пайдаланушыны түсінуге тырысамыз, жорамалдарды жоққа шығарып, мәселені қайта қарастырып, айқын емес балама шешімдерді табуға тырысамыз. Дизайн ойлаудың негізі антропоцентризм принципі. Бұл принципті қолданатын кез келген адам компанияның мүдделеріне емес, оның басшысына, жобаның жетекшісіне немесе бюрократияға емес, оның мүдделеріне бағынады. Конструкторлық ойлаудың негізгі мақсаты – қазіргі қалыптасқан стереотиптер мен проблеманы шешудің әдеттегі жолдарын шектеу. Түпнұсқада бұл қораптан тыс ойлау деп аталады – тек «қораптан ойлау».



Медиа дизайн адамның дизайн факторының физикалық, функционалдық және операциялық көрінісін қамтиды. Медиа дизайн – адам технологиясындағы нақты, анық, тактильді, дыбыс-ви-

зуалды-сенсорлық-мотор интерфейсі. Бұл белгілі бір аудиториялар мен ұйымдастыру талаптары үшін адам мен технологияның өзара әрекеттестігін жақсарту үшін когнитивті, сезгіш және фи-

зикалық мүмкіндіктері бар тиімді, эстетикалық мультимедиа құралдарын жасау үшін адамның тәжірибесін және теориялық білімін, хабар алмасуды, қабылдауды және тануды, сондай-ақ қолдануды, түсінуді талап етеді.

Медиадизайн ақпарат тарату құралы болып табылатын барлық салаларды қамти алады.

Сондай-ақ, медиа-дизайн туралы айтқан кезде, оның веб-дизайннан бөлек, оның қолдану бағыты көп екендігін де аңғарған жөн.

Заманауи ақпарат кеңістігіндегі медиадизайнның маңызы тақырыбын көпшілікке ақпаратты жаңаша әрі танымды етіп жеткізу құралы деп қарастыруға болады. Бүгінгі күнде әр түрлі факторлардың әсерімен үнемі өзгеріске ұшырап, дамып отыратын дизайн саласында да сапалы контенттің жасалуы үнемі өзекті тақырып. Медиадизайн саласы соңғы онжылдықта қарқынды дамып жатыр. Бұл ашылу ақпараттық технологиялардың дамуына үлкен септігін тигізді.

Ақпаратты аудиторияға жеткізуде де дизайнның алатын орны бар. Ақпаратты тұтынушы, ең алдымен, ақпараттың мазмұнынан бұрын, оның берілу форматына, түстік сәнділуіне назар салады. Демек, тұтынушының беріліп отырған ақпаратты ары қарай қарау (оқу, көру) қажеттілігіне немесе қажет емес деп шешім қабылдауына ақпараттың «сырт келбеті», біздің жағдайда, медиадизайнер шешімінің де маңызы бар.

Қазіргі уақытта жаңа медиадизайн тек интернет порталдары ғана емес, ақпарат таратушы

мобильдік қосымшалар мен әлеуметтік желідегі парақшаларда да кең тарап жатыр. Алайда, оқырман/көгермен олардың барлығын да «тұтына» бермейді. Демек, сапалы контент пен оның аудиторияға өтімді дизайнының болуы да ақпараттық сұранысқа ие болуын қамтамасыз етеді.

Адамдар интернетті ендігі тек қажет ақпараттарды іздеп, білмегенді сұрау үшін, әрі сол іздеу нәтижелеріндегі сілтемелерді жиынтық ретінде қабылдамайды. Олар үшін бұл цифрлық журналдар, дүкендер, жұмыс орындары, қызықты клубтар мен сорумдар және тағы сол сияқты мүмкіндіктері бар жаңа сандық әлем. Егер корпоративтік веб-сайттар, интернет дүкендері мен веб-парақтар дәстүрлі болып көрінсе, сандық медиада белгілі бір санатқа жатқызуға болмайтын өте ерекше жобалар пайда бола бастады. Бұл оқу барысында, ұзақ уақытқа созылған «жабысқақ ұзындықтар» («залипательные лонгриды»). Және бұның барлығын да істейтін біреу болуы керек. Кейбіреулер мұндай мамандарды медиа-дизайнерлер деп атайды, басқалары атау беруге асықпайды. Қалай болғанда да, мұндай дизайнер түсінеді: адамдарға сирек суреттермен қарапайым контентті оқу қызық емес. Бұл дизайн тарихпен тығыз байланысты, ол журналистік форматты толықтырады: деректермен, визуализациямен және көңіл-күймен жұмыс жасау, оларды басқару.

Әдебиеттер

- Акхус М. Коммуникация как дизайн // Монографии коммуникации. – 2007. – 74. – 112-117 б.
- Горохов В. Интерактивная журналистика: путь в будущее / В. Горохов, Т. Гринберг // От книги до Интернета: журналистика и литература на рубеже тысячелетий. – М., 2000. – 80-87 б.
- Демус О. Мозаики византийских храмов. Принципы монументального искусства Византии. – М.: Индрик, 2001.
- Елинер И.Г. Медиадизайн: проблемы, преимущества, перспективы // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2006. – С. 100-107.
- Каган М.С. Системный подход и гуманитарные знания: избр. ст. / М.С. Каган. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1991. – 383 б.
- Каррет Л. Визуальный дизайн: решение проблем. [Visual Design: Problem Solving]. Публикация «Крегер» – 1975.
- Коськов М.А., Полеухин А.А. Дизайн. Основы теории: учеб. пособие / под редакцией М.А. Коськова. – М.: Издательство Политехнического университета, 2009. – С. 78.
- Лангедфелдз А. Визуальный дизайн. TEAVE. 1997.
- Ляшенко Т.В. Эстетика и технологии; проблемы гармонии / Т.В. Ляшенко, Л.Н. Пахомова // Информационные технологии в гуманитарном образовании: сб. ст. / СПбГУКИ. – СПб., 2005. – Т. 165. – С. 70-78.
- Маевский Е. Интерактивное кино: опыт эстетической прогностики / Е. Маевский // Иностранная литература. – 1995. – № 4. – С. 230-239.
- Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – С. 27.
- Маньковская Н.Б. Эстетика постмодернизма / Н.Б. Маньковская. – СПб.: Алетея, 2000. – 347 б.
- Мунари Б. Дизайн и визуальная коммуникация. Книга хроник. – 2006.
- Мэгз Ф.Б. История графического дизайна // Мичиган, 2016
- Нильсен Я. Веб-дизайн / Я. Нильсен. – СПб.: Символ-Плюс, 2002. – 512 б.
- Розенсон И.А. Основы теории дизайна: учебник для вузов / И.А. Розенсон. – СПб.: Питер, 2006. – 218 б.

Солопов П.Е. Виртуалистика и философия / П.Е. Солопов. – М.: Изд-во ВИУ, 2000. – 49 б.
Тоффлер Э. Третья волна: пер с англ. / Э. Тоффлер. – М.: АСТ, 1999. – 781 б.
Фраскара Дж. Дизайн коммуникации: принципы, методы и практика. – 2004. – 4.

Электронные ресурсы:

<https://www.igi-global.com/dictionary/human-factors-design-public-information/18151>
<http://www.goethe.de/kue/des/dos/dos/kom/enindex.htm>
<https://academic.oup.com/joc/article-abstract/67/4/445/4642209?redirectedFrom=fulltext>
<https://www.goethe.de/de/kul/des.html>
<https://www.igi-global.com/chapter/human-factors-design-public-information/21286>
<https://cyberleninka.ru/article/n/mediadizayn-problemy-preimuschestva-perspektivy>

Literature

- Akhus M. Kommunikazija I dizain. // Monografii kommunikazii. [Communication as a design. // Monographs of communication]. – 2007. – 74. – 112-117 b.
- Gorokhov V. Interaktivnaya jurnalistika: put v budushee / V. Gorokhov, T. Grinberg // ot knigi do Interneta: jurnalistika I literature na rubeje tysyachelety. [Interactive Journalism: The Way to the Future / V. Gorokhov, T. Greenberg // From Book to Internet: Journalism and Literature at the Turn of the Millennium]. – М., 2000. – 80-87 b.
- Demus O. Mozaiki vizantijskih hramov. Principy monumentalnogo iakusstva Vizantyy. [Mosaics of Byzantine temples. The principles of monumental art of Byzantium]. М.: Indrik, 2001 – 5
- Eliner I.G. Mediadizajn: problemy, preimushchestva, perspektivy. [Media design: problems, advantages, prospects]. Trudy St. Petersburgskogo Instituta Culture. – 2006. – 100-107
- Kagan M.S. Systemny podhod i gumanytarnye znanya: izb.st / M.S. Kagan – L. Izd-vo LGU. [Systems approach and humanitarian knowledge: fav. Art. / M.S. Kagan] – L. Izd-in Leningrad State University]. 1991. – 383 b
- Carrett L. Visualny dizain: reshenye problem. [Visual Design: Problem Solving]. Publikazii «Kreger». – 1975
- Koskov M. A., Poleukhin A. A. Design. Osnovy teorii: uch.pos./Pod redakziei Koskova M.A. - Izdatelstvo Polytechnicheskogo University, 2009. [Fundamentals of the theory: Textbook. manual / Edited by Koskova M. A. —Production of the Polytechnic University], 2009. – 78.
- Langedfeldz A. Visualny design. TEAVE. . [Visual design. TEAVE]. 1997
- Lyashenko TV. Esthetica i technology: problemy harmony / TV Lyashenko, JI.H. Pakhomova // Informazionnye tehnologii v gumanitarnom obrazovanii: Sat. Art. SPbSUKI. – SPb., [Aesthetics and technology; harmony problems]. 2005. – T. 165. – 70-78.
- Mayevsky E. Interaktivnoe kino: opyt esteticheskoi prognostiki / E. Mayevsky // Inostrannaya Literature. [Interactive cinema: the experience of aesthetic prediction] – 1995. – No. 4. – 230-239.
- Macluen, G.M. Ponimanye Medya: Vneshnye rasshireniye cheloveka. Perevod s angliiskogo V. Nikolaeva; Zakl. St. M. Vavilova. – М.: Zhukovskiy: “CANON-press-C”, “Kuchkovo pole”, [Understanding Media: External Human Extensions / Trans. from English V. Nikolaev; Zakl. Art. M. Vavilova.]. 2003. – p. 27
- Man'kovskaya, H.B. Esthetica postmodernisma / NB Mankovskaya. – SPb. [Aesthetics of postmodernism] Aleteya, 2000. – 347 b.
- Munari B. Design i visualnaya kommunikazija // Kniga Chronik [Design and visual communication]. – 2006.
- Megz F. Istorya Graphicheskogo Designa // Michigan. [Graphic Design History // Michigan], 2016
- Nielsen J. Web Design / J. Nielsen. – SPb.: Symbol-Plus, [Web Design] . 2002. – 512 b.
- Rosenson, I.A. Osnovy teorii dizaina: uchebnik dlya / I.A. Rosenson. – SPb. Piter, [Web Design], 2006. – 218 b.
- Solopov P.E. Virtualistika i philosophy / P.E. Solopov. – М.: Izdatelstvo WIU, [Virtualistics and philosophy / P.E. Solopov. – М.: Publishing house of the WCI]. 2000. – 49 b.
- Toffler E. Tretya volna: per.s ang. / E. Toffler. . [The third wave: trans. From English. / E.
- Frascara J. Design kommunikacii: principy, metody i praktika. [Design of communication: principles, methods and practice]. Allworth Communications. – 2004. – 4.

References

<https://www.igi-global.com/dictionary/human-factors-design-public-information/18151>
<http://www.goethe.de/kue/des/dos/dos/kom/enindex.htm>
<https://academic.oup.com/joc/article-abstract/67/4/445/4642209?redirectedFrom=fulltext>
<https://www.goethe.de/de/kul/des.html>
<https://www.igi-global.com/chapter/human-factors-design-public-information/21286>
<https://cyberleninka.ru/article/n/mediadizayn-problemy-preimuschestva-perspektivy>